



Nota de Prensa

Estudio Global GfK: Factores para una buena vida

España: menos de la mitad considera que los hijos forman parte de tener una buena vida

- GfK ha realizado más de 23.000 entrevistas *online* a personas mayores de 15 años en 17 países de todo el mundo para conocer cuáles son los factores que más contribuyen a tener o desear una buena vida.
- Una buena salud, seguridad financiera, tiempo libre y viajar por placer son las opciones más elegidas por la mayoría de los entrevistados en España que los consideran factores imprescindibles para vivir bien. Sin embargo, tener hijos no está entre los favoritos, ya que sólo lo señala un 44%.
- Por género, en España no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres. La mayor divergencia está en que ellas consideran en mayor medida que ellos que viajar por placer es más relevante para tener una buena vida, con seis puntos porcentuales de diferencia. En cuanto a grupos de edad, la educación universitaria es valorada por un tercio de los más jóvenes, 12 puntos porcentuales por encima de los comprendidos entre 30 y 39 años.
- Por países, destaca la importancia de la seguridad financiera en Rusia o el interés en Argentina por los viajes de placer como parte de una buena vida.

30 de noviembre de 2017

Para más información sobre este Estudio Global GfK por favor contacte con:

Antonieta Martín
Directora de Comunicación
antonieta.martin@gfk.com

Alicia Medina
Medina Comunicación
alicia@medinacomunicacion.com

Madrid, 30 de noviembre de 2017.- Hay tres grandes factores en España que contribuyen a lo que consideramos vivir bien o tener una buena vida: disfrutar de salud, disponer de seguridad financiera y contar con tiempo libre. Estas son las tres opciones elegidas por la mayoría de los entrevistados en España por GfK para su **Estudio Global GfK: Factores para una buena vida**.

Para el desarrollo de este informe, GfK hizo más de 23.000 entrevistas *online* a personas mayores de 15 años, durante el verano de 2017 en 17 países: Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Italia, Japón, México, Países Bajos, Rusia, Corea del Sur, España, Reino Unido y Estados Unidos.

Los entrevistados tenían que responder entre una lista de opciones dadas* cuáles de ellas forman parte de lo que cada entrevistado considera una "buena vida".

En nuestro país, 8 de cada 10 ha elegido tener buena salud como parte fundamental de vivir bien (83%). Junto a ella, la seguridad financiera ha obtenido el 71% de las respuestas al igual que disfrutar de tiempo libre o tiempo de ocio. Otro importante grupo de respuestas, un 66%, señala la posibilidad de viajar por placer como otro factor.

Por el contrario, los bienes materiales no son el principal objetivo para llevar una

buena vida: en el último lugar del listado aparece disponer de un segundo coche o un coche de lujo (17%), tener los últimos dispositivos electrónicos (21%) o joyas, accesorios y ropa de calidad (23%). Destacan los bajos porcentajes de respuesta obtenidos por la educación universitaria en las aspiraciones para vivir bien – solo una cuarta parte de los consultados ha señalado esta opción – y el que menos de la mitad (44%) crea que tener niños contribuye a una vida mejor.

Si se estudian los **datos por género**, en España los hombres y las mujeres coinciden en elegir la buena salud como un elemento clave para vivir mejor, pero disienten en la seguridad financiera. Para ellos ocupa el segundo lugar, mientras que ellas prefieren disfrutar de tiempo libre. Tanto ellos como ellas creen que los hijos no son un aspecto relevante para vivir bien (únicamente lo señala así un 44% de los consultados).

En cuanto a los resultados por **franja de edad**, no hay sorpresas significativas: el 90% de los mayores de 50 años son los que más valoran la buena salud para vivir bien y los más jóvenes (15-19 años) son los menos preocupados por la seguridad financiera (58%). Eso sí, un tercio de estos últimos señala la educación universitaria como factor a tener en cuenta para una buena vida, un porcentaje por encima del resto de grupos de edad.

Infografía “Factores para una buena vida” - Top 3 países por factor

[Para descargar en pdf, haga clic aquí.](#)

Resultados globales: salud, dinero y... ¡tiempo!

Respecto a los resultados globales, hay coincidencias con España en los tres principales factores que contribuyen a lo que se considera vivir bien: la buena salud, la seguridad financiera y el tiempo de ocio. La diferencia aparece en la siguiente elección, donde internacionalmente se prefiere un matrimonio feliz, una opción señalada por seis de cada 10 entrevistados.

Destaca también el bajo porcentaje que elige la educación universitaria – menos de una cuarta parte – muy cerca de tener buena ropa, accesorios o joyas. Más de un tercio se decanta por disponer de un patio con césped o un bonito jardín y la mitad considera importante un trabajo interesante para vivir bien.

Por grupos de edad, se observa que la educación universitaria es más importante para los más jóvenes que para los más mayores. Los adolescentes (15-19 años) lideran esta opción con el 29% de las respuestas. El contraste con las franjas de mayor edad se confirma cuando el 85% de los mayores de 60 se preocupan por la salud frente al 68% de los adolescentes, o el 78% de aquellos con más de 60 años se decanta por la seguridad financiera frente al 64% de los más jóvenes.

Infografía “Los 5 factores principales para una buena vida”

[Para descargar en pdf, haga clic aquí.](#)

Países: buena salud y seguridad financiera

A pesar de la tendencia general, hay dos países donde la buena salud no ocupa la primera posición. En Argentina viajar por placer forma parte de la imagen de buena vida que se desea, con un importante 71%.

Por otro lado, la seguridad financiera toma la delantera en Rusia, donde un 82%



selecciona esta opción. Alemania y Bélgica también muestran importantes porcentajes en este sentido (ambos con el 79%).

De nuevo, observamos cómo los hijos no entran entre los cinco factores más relevantes. Destacan en este sentido los porcentajes de Rusia (60%), Alemania (51%) y Brasil (50%) por encima del dato global. Es también significativo que la educación universitaria es relevante, pero con porcentajes realmente bajos, en Argentina (41%), México (36%) o Brasil (35%).

Y un último apunte: los países asiáticos como China o Japón se sienten más interesados por el enriquecimiento espiritual con un 45% y 43% de la población encuestada respectivamente que considera este aspecto como algo a tener en cuenta para vivir mejor. Junto a ellos, Brasil alcanza un importante 47%. El resultado global ofrece un pequeño 39%.

Para descargar el informe completo, con los resultados en 17 países:

[Estudio Global GfK: Factores para una Buena Vida](#)

Sobre el estudio

GfK realizó este estudio entre más de 23.000 personas, mayores de 15 años, en 17 países, durante el verano de 2017, mediante entrevistas online. Los datos han sido ponderados para reflejar la composición demográfica de la población mayor de 15 años en cada mercado. Los países entrevistados fueron: Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Italia, Japón, México, Países Bajos, Rusia, Corea del Sur, España, Reino Unido y Estados Unidos.

(*) Los entrevistados tenían que contestar la siguiente pregunta:

«Cuando piensa en la buena vida, en la vida que le gustaría tener, ¿qué cosas de esta lista, si hay alguna, formaría parte de esa buena vida en lo que le concierne personalmente?».

Opciones:

- Una casa en propiedad
- Buena salud
- Un matrimonio feliz
- Un trabajo interesante
- Niños
- Un patio con césped/un bonito jardín
- Tiempo libre/tiempo de ocio
- Enriquecimiento espiritual
- Educación universitaria
- Seguridad Financiera
- Un coche lujoso o un segundo coche
- Viajar por placer
- Muy buena ropa/accesorios/joyería
- Tener lo último en electrónica y dispositivos para el hogar
- Control sobre tu propia vida
- Ninguna de las anteriores
- No sé

Sobre GfK

GfK conecta datos y ciencia. Nuestras innovadoras soluciones de investigación proporcionan respuestas a preguntas clave de negocios en materia de consumidores, mercados, marcas y medios, ahora y en el futuro. Como *partner* de investigación y análisis, GfK ofrece a sus clientes de todo el mundo crecimiento a partir del conocimiento.

En España, GfK ocupa el segundo lugar en el ranking elaborado por ANEIMO y cuenta con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en sus oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia.

Para más información visite www.GfK.com/es
o siganos en Twitter: <https://twitter.com/GfK>